



**CREANDO TRANSPARENCIA
ENTRE ESTILOS Y PROVEEDORES:
UNA HISTORIA DE ÉXITO DEL GRUPO MUSTANG**

LA EMPRESA ALEMANA PIONERA EN VAQUEROS

El Grupo MUSTANG, con sede en Alemania y proveedores en Asia y el norte de África, es una de las principales marcas de vaqueros de Europa.

Fundada en 1932, MUSTANG lanzó los primeros vaqueros para mujer y los primeros vaqueros de pana en Europa. Además del principal producto, los vaqueros MUSTANG, el Grupo MUSTANG también cuenta con licencia para las marcas Bogner Jeans y Sansibar Denim.



LOS AMBICIOSOS OBJETIVOS DE CRECIMIENTO DE LA EMPRESA

“Somos y hemos sido siempre pioneros —tanto en el campo de los vaqueros, como en el de la innovación y de la tecnología de vanguardia”, afirma Dietmar Axt, director ejecutivo del Grupo Mustang. “Esta característica forma parte de nuestra filosofía de empresa probada y consolidada.”

Esta empresa visionaria estaba lista para adentrarse en nuevos territorios con ambiciosos objetivos de crecimiento. Pero para tener éxito, MUSTANG sabía que necesitaba un sistema mejorado que respaldase la expansión de la gama de productos, optimizase el proceso de desarrollo de productos, aumentase la productividad y facilitase la colaboración dentro de los equipos internos y externos.

“**Centric 8 nos permite tener una visión general de todos los remates y materiales de la colección final en una etapa temprana, lo cual permite a nuestros compradores conseguir mejores precios de los proveedores**”

POR DUPLICADO

MUSTANG estaba usando un sistema PDM, además de Excel, Adobe, Word y otros para hacer el seguimiento de la información de sus colecciones, cuenta la doctora Julia Dubowy, directora de operaciones del Grupo Mustang. Las desventajas de esta combinación se hacían especialmente evidentes durante las reuniones en las que el personal de compras, ventas y diseño examinaban la colección definitiva para ultimar los estilos y precios.

“Una vez tomadas las decisiones, todos volvían a sus sistemas individuales para volver a introducir todos los datos que se habían acordado en la reunión”, explica Dubowy. “Nuestro trabajo se veía obstaculizado por el almacenamiento de datos redundantes, un volumen de mantenimiento de datos innecesariamente alto y una mayor probabilidad de errores.”



Resultados

- + 20% menos de preguntas de los proveedores después de la distribución inicial del paquete técnico
- + Un desarrollo de muestras más rápido, comentarios más claros sobre las muestras, rápida disponibilidad de la información de precios de las muestras
- + Supresión de la duplicación en la introducción de datos.
- + Reducción del tiempo de búsqueda de información del producto en un 30%
- + Reducción del tiempo empleado en la búsqueda de los remates más recientes en un 40%
- + Integración mejorada con el agente Omnibrand, que se traduce en un ahorro de tiempo aproximado del 30%
- + Reducción de las preguntas de los proveedores después de la distribución del paquete técnico inicial en un 30%
- + Acortamiento de la fase de desarrollo en cuatro días gracias al uso de plantillas, conjuntos de datos estandarizados y la integración de Adobe Illustrator

Desafíos

- + Introducción de datos por duplicado; el uso de numerosas herramientas/programas durante el desarrollo del producto obstaculiza la visibilidad y la toma de decisiones
- + Una comunicación difícil entre la empresa y su agente
- + Los compradores son incapaces de determinar fácilmente qué remates/materiales han sido planificados, haciendo más difícil y costosa la negociación

LA LOCURA DE LOS MATERIALES

“Realizar informes para determinar los materiales finales de una colección era difícil, ya que la mayoría de la información necesaria se encontraba en un archivo de difícil acceso para los miembros del equipo”, añade Dubowy. “Analizar el desarrollo efectivo de un estilo también suponía todo un reto. ¿Cuántas iteraciones eran necesarias, qué estilos se habían descartado y cuándo se tomó esta decisión?”

Los remates y los materiales son extremadamente importantes en la confección de vaqueros, y la comunidad de diseño de MUSTANG tenía muy poca visibilidad de todos los materiales disponibles. Además, los compradores a menudo desconocían los remates y materiales que se habían decidido para una colección, lo cual dificultaba aún más las negociaciones de precios.



¿POR QUÉ PLM? ¿POR QUÉ CENTRIC?

MUSTANG necesitaba “la única versión verdadera” acerca de sus productos que podía ofrecerle una solución PLM. Dubowy formaba parte del grupo de selección de la solución PLM y explica por qué se decidieron por Centric. “Centric ofrecía una solución innovadora de última generación, con una arquitectura basada en web, una tecnología móvil excelente y un profundo conocimiento del sector dentro de su equipo.”

MUSTANG implantó el software de PLM de Centric para el sector de la moda en tan solo 15 semanas en sus grupos de productos de ropa para mujeres y hombres. Dubowy dice que la implantación con el socio de suministro de MUSTANG, Omnibrand, fue un proceso relativamente sencillo —pero extremadamente beneficioso—, que incluyó dos viajes de fin de semana a Asia para reunir los requisitos, configurar el sistema y formar al equipo de Omnibrand para el despliegue. Asimismo, MUSTANG implantó el Catálogo pendiente de patente para la aplicación de iPad, que vincula directamente una colección de estilos desde la solución PLM de Centric a los usuarios de ventas a través de un dispositivo móvil interactivo.



SINCRONIZACIÓN DE PROVEEDORES

Con Centric 8, MUSTANG ha mejorado enormemente la velocidad y la transparencia de su trabajo con Omnibrand y sus proveedores. Así es cómo funciona.

MUSTANG completa la información sobre el estilo, asigna el estilo a Omnibrand y genera un paquete técnico, todo ello en Centric 8. A continuación, Omnibrand accede al paquete técnico en Centric 8, asigna un proveedor al estilo, y envía el paquete técnico —junto con una solicitud de muestra —al proveedor.

Cuando el proveedor envía la muestra, Omnibrand realiza la prueba inicial e introduce sus resultados—, así como la información de precios del proveedor — en Centric 8. Omnibrand reenvía una muestra a MUSTANG, allí realizan su propia prueba y analizan los resultados iniciales. Todos los comentarios pertinentes son supervisados y compartidos en Centric 8, permitiendo una colaboración eficiente y efectiva entre MUSTANG y Omnibrand.

“Esta nueva forma de hacer negocios, nos asegura una transparencia total con nuestra base de proveedores, lo cual es muy importante en términos de cumplimiento y calificación de proveedores”, explica Dubowy. Con Centric 8, MUSTANG ha eliminado la duplicación en la introducción de datos con Omnibrand, además de la infinidad de comentarios impresos que acompañaba a cada muestra.

Además, MUSTANG ya no pierde tiempo mientras espera los datos de precios de varios estilos, y que después habría tenido que volver a introducir en su sistema local. Omnibrand introduce la información directamente en Centric 8, aportando una mayor velocidad y cohesión al desarrollo del MUSTANG.

“La capacidad de lograr una mayor armonización entre los equipos de desarrollo de producto y compras de la empresa en Alemania, y nuestro agente en Asia, nos permite avanzar con confianza para cumplir nuestros objetivos de crecimiento”, concluye Dubowy.



PIONEROS QUE PROGRESAN CON PLM

En la actualidad, los procesos de desarrollo de producto de MUSTANG son más ágiles y eficientes en general. Una persona se encarga de la base de datos de materiales físicos y digitales en Centric 8 que, posteriormente, es utilizada por diseño, desarrollo técnico de productos y compras. "Centric 8 nos permite tener una visión general de todos los remates y materiales de la colección final en una etapa temprana, lo cual permite a nuestros compradores conseguir mejores precios de los proveedores", afirma Dubowy.

MUSTANG ahora trabaja directamente en Centric 8 durante las reuniones de análisis, introduciendo todos los datos relevantes en tiempo real conforme se toman las decisiones acerca de la colección. "Es una gran ventaja no tener que lidiar con tareas administrativas antes y después de las reuniones. En su lugar, podemos centrarnos en el verdadero trabajo de MUSTANG, y todos los implicados pueden conocer instantáneamente lo que se ha decidido", dice Dubowy.

Centric 8 permite a MUSTANG realizar análisis e informes de manera eficaz con todos los datos mantenidos en el sistema. La estructura flexible de información de Centric 8 permite a MUSTANG crear tanto informes estandarizados como informes para fines concretos. Dubowy añade, "Esto nos proporciona información y transparencia de nuestra colección, que es la base para tomar las decisiones informadas que nos permiten dirigir nuestro negocio hacia el éxito".

ACERCA DE LOS VAQUEROS MUSTANG

MUSTANG, con sede en Alemania, es una de las principales marcas de ropa vaquera en Europa. Fundada en 1932, MUSTANG lanzó los primeros vaqueros para mujer y los primeros vaqueros de pana en Europa. Además de su principal producto, MUSTANG Jeans, el Grupo MUSTANG también tiene las licencias de las marcas Bogner Jeans y Sansibar Denim.

ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde sus oficinas centrales en Silicon Valley y con oficinas en las capitales más importantes de todo el mundo, Centric Software crea tecnología para las marcas más prestigiosas de moda, venta minorista, calzado, lujo, exteriores y productos de consumo. Con su plataforma de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) como buque insignia, Centric 8 presta servicios de planificación de marketing a nivel empresarial, desarrollo de productos, abastecimiento, planificación empresarial, calidad y gestión de colecciones adaptados a sectores de consumo en constante cambio. Los paquetes de PLM ampliada para pequeñas y medianas empresas de Centric incluyen tecnología innovadora y conocimientos clave del sector adaptados a pequeñas empresas.

Centric Software ha recibido numerosos premios del sector, incluido el galardón Frost & Sullivan a la Excelencia en la diferenciación de producto en PLM para los sectores de venta minorista, moda y confección. Red Herring incluyó a Centric en su lista Top 100 Global en 2013 y 2015.



Centric Software Spain | Avinguda Diagonal 640, | 6th Floor | 08017 Barcelona, Spain

Phone: +34 93 228 7806 | Fax: +34 93 228 7899